



UNIVERSIDAD DE LA RIOJA

TRABAJO FIN DE ESTUDIOS

Título

Análisis del sector del turismo en La Rioja (2006-2015)

Autor/es

PATRICIA YÉCORA ALFARO

Director/es

MARÍA JESÚS DE TORRE RESA

Facultad

Facultad de Ciencias Empresariales

Titulación

Grado en Administración y Dirección de Empresas

Departamento

ECONOMÍA Y EMPRESA

Curso académico

2016-17



Análisis del sector del turismo en La Rioja (2006-2015), de PATRICIA YÉCORA ALFARO

(publicada por la Universidad de La Rioja) se difunde bajo una Licencia Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 3.0 Unported. Permisos que vayan más allá de lo cubierto por esta licencia pueden solicitarse a los titulares del copyright.



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

TRABAJO FIN DE GRADO

GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

**ANÁLISIS DEL SECTOR DEL TURISMO EN LA
RIOJA
(2006-2015)**

Autor: D./D^a. Yécora Alfaro, Patricia

Tutor/es: Prof. D./D^a. de Torre Resa, María Jesús

CURSO ACADÉMICO 2016-2017

Resumen: El presente trabajo de fin de grado tiene como objetivo analizar la evolución de la oferta y la demanda turística en La Rioja durante la última década (2006-2015), así como estudiar la unión de la actividad vitivinícola y el turismo a través de un nuevo recurso turístico denominado enoturismo.

Para llevar a cabo este análisis, el documento se ha dividido en dos partes, en primer lugar, se han recogido y analizado los cambios en los hábitos y costumbres de los turistas, que han dado lugar a una variación de la oferta y la demanda en los principales tipos de alojamientos hoteleros y extrahoteleros de la región. Posteriormente se ha llevado a cabo un estudio del enoturismo en la comunidad, explicando las causas de su origen, así como el perfil del enoturista y las rutas que se engloban dentro de la denominación de origen Rioja.

Por último, se expondrán las conclusiones en las que se pondrá de manifiesto lo desarrollado durante el proyecto, así como un acercamiento personal al tema descrito.

Abstract: This Final Degree Project main objective, is to analyse how the touristic supply and demand in La Rioja, has been evolving through the last decade, as well as to study the new concept of “wine tourism”, which unify wine activities with the traditional tourism.

To carry out this study, the document has been divided into two main sections. The first one tries to collect and analyse major changes developed on tourists’ traditional customs and habits, and the impact of those changes on the supply and demand variation. These will be studied considering the principal accommodations, both hotel and non-hotel.

Through the second section, wine tourism in La Rioja has been carried out, emphasizing the reasons of its development, the wine tourist most common profile, and the wine routes regarding the Rioja D.O (Denomination of Origin).

Finally, there are a conclusions section, in which the summary of the project developed is exposed, as well as a personal approach to this topic.

ÍNDICE

| | |
|---|----|
| INTRODUCCIÓN | 1 |
| 1. EVOLUCIÓN DE LA ESTRUCTURA DEL TURISMO EN LA RIOJA | 2 |
| 1.1 LA OFERTA TURISTICA | 2 |
| 1.1.1 ALOJAMIENTO HOTELERO | 2 |
| 1.1.2 ALOJAMIENTO EXTRAHOTELERO | 4 |
| 1.1.3 RESTAURANTES Y AGENCIAS DE VIAJE | 6 |
| 1.1.4 TURISMO ACTIVO | 7 |
| 1.2 LA DEMANDA TURISTICA | 8 |
| 1.2.1 LA DEMANDA HOTELERA | 9 |
| 1.2.2 LA DEMANDA EXTRAHOTELERA | 11 |
| 2. ANÁLISIS DEL ENOTURISMO EN LA RIOJA | 16 |
| 2.1 ¿QUE ES EL ENOTURISMO? | 17 |
| 2.2 PERFIL DEL ENTURISTA | 18 |
| 2.3 LAS RUTAS DEL VINO DE RIOJA | 19 |
| 2.3.1 LA RUTA DEL VINO DE LA RIOJA ALTA | 19 |
| 2.3.2 LA RUTA DEL VINO DE RIOJA ALAVESA | 20 |
| 3. CONCLUSIONES | 22 |
| BIBLIOGRAFÍA | 24 |

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo se ha realizado con el objetivo de conocer y cuantificar como ha variado el turismo en La Rioja en la última década, y como han influido los cambios en las costumbres y los hábitos en dicha evolución.

El turismo es una de las actividades económicas y culturales más importantes dentro de un país o una región. El motivo es su continuo crecimiento convirtiéndose en una de las principales fuentes de ingresos en muchos países desarrollados.

La importancia del turismo recae en dos ejes principales, el primero de ellos es la reactivación de la economía en la región en la que se realiza, ya que esta actividad económica es fuente de empleo, de ejecución de obras de infraestructura, da lugar al progreso de establecimientos hoteleros y extrahoteleros, gastronómicos e influye directamente en el crecimiento de los transportes por tierra, mar y aire.

Además, el turismo constituye una importante estrategia de marketing y comunicación, ya que, a través de la cultura, la historia y la gastronomía entre otros se genera una marca en la que se da a conocer lo que la región tiene para ofrecer, y que cumple la finalidad de mejorar tanto su posicionamiento y reputación.

El segundo eje principal surge de la unión entre el ser humano y el turismo, a través del conocimiento de otras culturas, sociedades y formas de vida que enriquecen de manera personal y también cultural.

Pese a la crisis económica por la que atraviesa el país, el sector turístico es uno de los que ha resistido con solidez la recesión, incrementado cada año el número de llegadas y pernoctaciones.

En el ámbito de La Rioja, objeto de análisis de este proyecto, el sector turístico también tiene una gran importancia y es por ello que vamos a llevar a cabo un análisis de las variables más relevantes para cuantificar de manera real la variación de la oferta y la demanda turística, así como la oportunidad de desarrollo del sector vitivinícola impulsado en gran parte gracias al enoturismo.

En primer lugar, abordaremos la variación de la oferta y la demanda hotelera y extrahotelera, así como de los restaurantes, agencias de viaje y empresas de turismo activo, mediante gráficos, tablas e imágenes que nos ayuden a visualizar y comprender dicha evolución.

A continuación, analizaremos el enoturismo previa exposición de la importancia del vino en la comunidad de La Rioja, como elemento emblemático y fuente de historia, cultura y tradiciones en la región. Para después explicar en qué consiste esta innovadora forma de turismo, cual es el perfil de los turistas que lo practican y cuáles son las dos rutas de la denominación de origen Rioja que se pueden realizar en la comunidad y que están englobadas en las rutas del vino de España.

Para terminar, presentaremos una serie de conclusiones que ha generado este trabajo de fin de grado.

1. EVOLUCIÓN DE LA ESTRUCTURA DEL TURISMO EN LA RIOJA

1.1 LA OFERTA TURISTICA

Según la Organización Mundial del Turismo (WTO, 1998) la oferta turística puede definirse como “el conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo”.

La oferta turística está formada principalmente por los alojamientos, entre los cuales encontramos la oferta hotelera y la oferta extrahotelera. A esto hay que añadirle las empresas de turismo activo, que se encargan de proporcionar servicios a los turistas, así como agencias de viajes y restaurantes.

1.1.1 ALOJAMIENTO HOTELERO

El turismo en la comunidad autónoma de la Rioja se encuentra en crecimiento. La oferta turística que ofrece es muy variada pese a ser una comunidad de interior y la región más pequeña de España. Esta oferta está basada en la riqueza natural, su patrimonio histórico-artístico y la cultura del vino.

La **oferta hotelera** total ha seguido una línea de crecimiento prácticamente durante todos los años. En el año 2015, La Rioja contaba con 70 hoteles, un 27,27 % más que hace diez años. Entre los principales motivos de este aumento, el crecimiento del turismo extranjero que analizaremos de manera íntegra en la demanda turística.

Tabla 1: Evolución del número de hoteles y plazas en La Rioja. Años 2006-2015

| | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
|---------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Hoteles | 55 | 60 | 63 | 64 | 64 | 66 | 66 | 70 | 67 | 70 |
| Plazas | 4.406 | 4.593 | 4.706 | 4.690 | 4.664 | 4.706 | 4.706 | 4.713 | 4.644 | 4.706 |

Fuente: Consejería de Turismo. Elaboración Propia.

Con el incremento de hoteles, el número de plazas en los establecimientos hoteleros también se ha incrementado. En 2015, La Rioja contaba con 4.706 plazas, lo que se traduce en un 6,81% más que en el año 2006.

A continuación, de manera más exhaustiva y a través de la variación de los establecimientos hoteleros en función de las estrellas, vamos a analizar el aumento de la oferta hotelera.

Desde el año 2006 hasta el 2015, los hoteles que mayor variación han experimentado han sido los hoteles de 4 y 3 estrellas. Los hoteles de 5 estrellas en los primeros años de análisis eran casi inexistentes, desapareciendo en el año 2010.

Tanto los hoteles de 4 como los de 3 estrellas han experimentado un incremento paulatino a lo largo de los años de análisis. El número de hoteles de cuatro estrellas en la comunidad

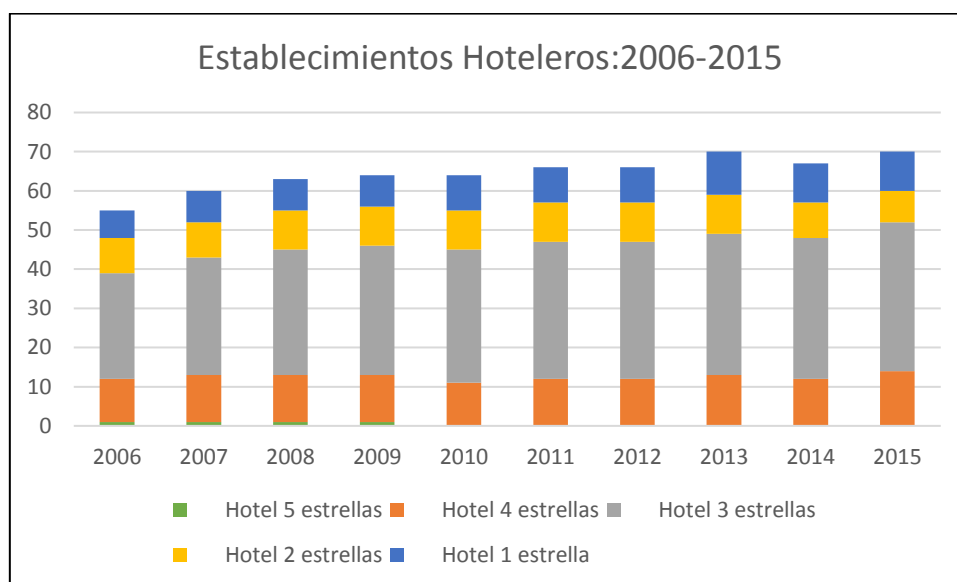
autónoma de La Rioja aumento en un 27,27%, mientras que los de tres estrellas lo hicieron en un 40,74%.

El motivo que explicaría el incremento, es que los hoteles de 4 y 3 estrellas son los que mejor se han comportado durante la crisis.

Los hoteles de 2 estrellas han sido prácticamente constantes a lo largo del periodo de análisis, incrementado o reduciendo en una unidad el número de establecimientos hoteleros. Un incremento similar al ocurrido con los hoteles de 4 y 3 estrellas, son los hoteles de 1 estrella, los cuales, mediante pequeños incrementos durante los diez años, han conseguido aumentar sus hoteles en la comunidad pasando de tener 7 a 10 hoteles.

En términos generales podemos decir que los hoteles con independencia del número de estrellas han tenido un comportamiento semejante en la región. Prácticamente todos han ido aumentando de manera sucesiva el número de hoteles.

Gráfico 1: Evolución de los establecimientos hoteleros en función de las estrellas. Años 2005-2016



Fuente: Consejería de Turismo. Elaboración Propia

El alojamiento hotelero incluye otras dos modalidades de hospedaje, los hostales y las pensiones.

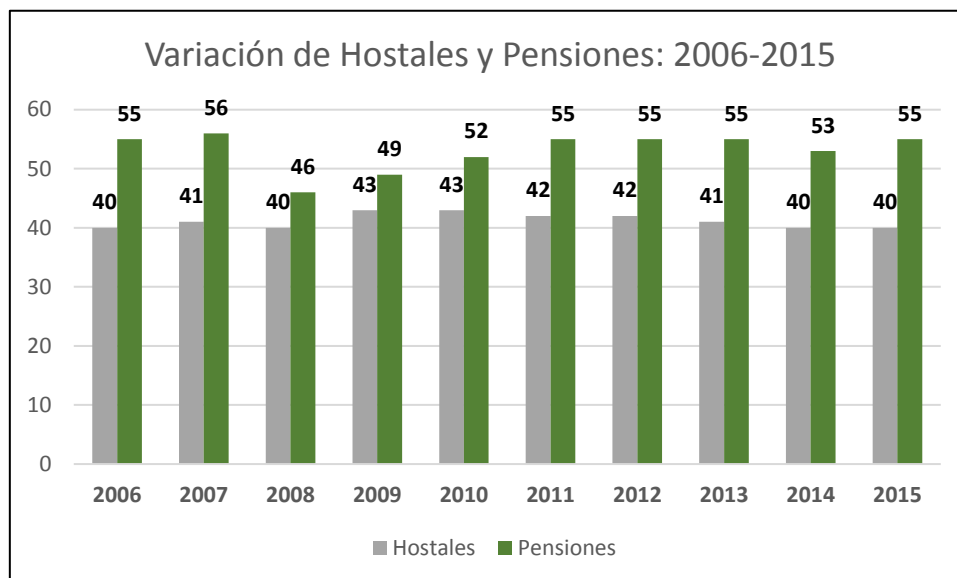
Los **hostales** son establecimientos de menor categoría que un hotel, y en consecuencia tienen un precio inferior a estos pese a ofrecer unos servicios similares.

Las **pensiones**, son otro tipo de alojamiento turístico, y se les denomina a aquellos establecimientos, que dedicándose al tráfico turístico no pueden ser enmarcados en ninguno de los dos grupos anteriormente enumerados.

En nuestra región, la variación tanto de los hostales como de las pensiones ha sido análoga a lo largo de todo el periodo de análisis, experimentando pequeñas subidas o bajadas en el número de establecimientos, que concluyen en el último año analizado con la misma

cifra del comienzo del análisis. El número de hostales en la comunidad es de 40, mientras que el de pensiones es de 55.

Gráfico 2: Variación de hostales y pensiones en La Rioja. Años (2006-2015)



Fuente: Consejería de Turismo. Elaboración Propia

1.1.2 ALOJAMIENTO EXTRAHOTELERO

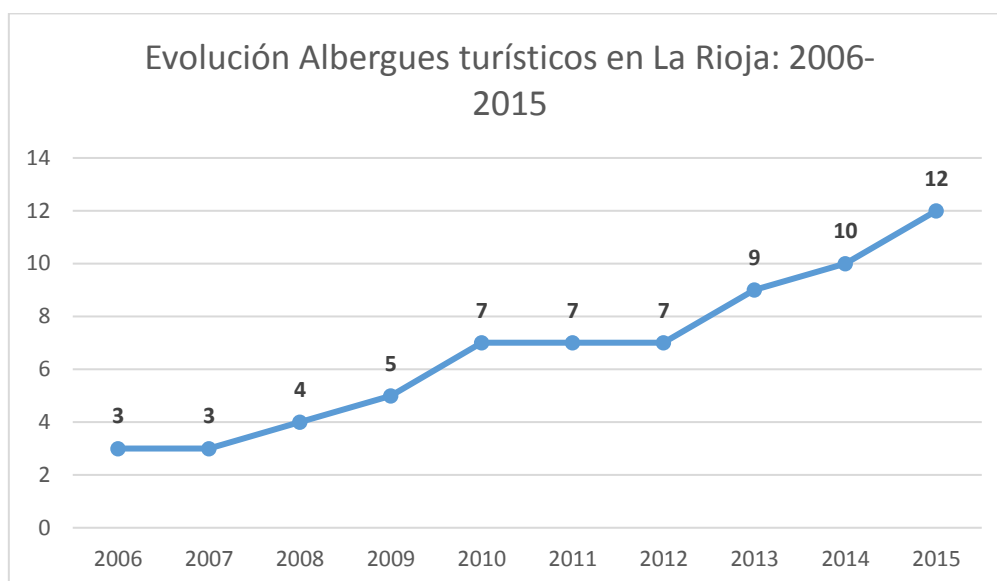
El alojamiento extra-hotelerero está formado por campings, alberges y casas rurales entre otros.

La oferta de alojamiento al aire libre en La Rioja, está formada únicamente por **campings**. La comunidad contaba en el año 2015 con 9 campings, el mismo número que en 2006, sin producirse variación alguna en el número en todo el periodo de análisis.

Los **albergues turísticos** se caracterizan por ser establecimientos que ofrecen un alojamiento en habitaciones múltiples, a los que añadir servicios complementarios y que destacan porque permiten realizar actividades que están relacionadas con el entorno. La oferta de este tipo de alojamientos se ha incrementado de manera sustancial en el transcurso de los años de análisis. En 2015, La Rioja contaba con 12 albergues, cuadruplicando el número con el que contaba en 2006.

Este incremento se debe principalmente a que la comunidad es zona de paso en el camino de Santiago con 60 kilómetros de recorrido.

Gráfico 3: Evolución de los Albergues Turísticos en La Rioja. Años (2006-2015)



Fuente: Consejería de Turismo. Elaboración Propia

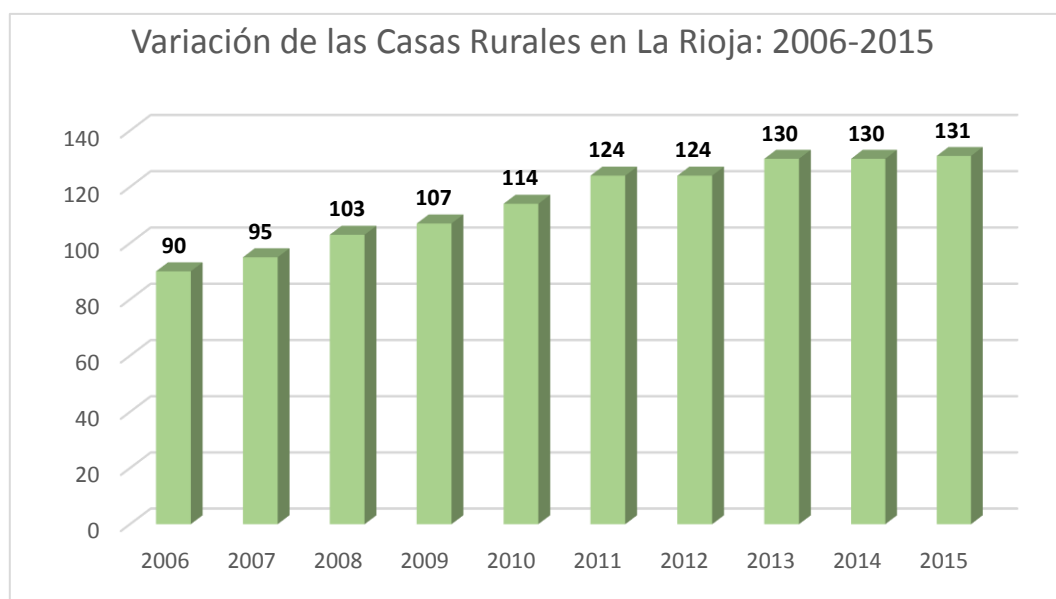
Otro tipo de alojamiento extra hotelero en La Rioja, son las **casas rurales**. Las casas rurales se caracterizan por estar situadas en un medio natural, con edificaciones típicas de la zona y con una oferta de plazas limitada. La mayoría de estos establecimientos están situados en pequeños pueblos, alejadas de los núcleos de población principal, así como en espacios naturales de interior coincidiendo con sistemas montañosos y espacios de alto valor paisajístico. Los turistas que demandan este tipo de alojamiento buscan paz y tranquilidad que les haga desconectar de las situaciones cotidianas de estrés y rutina laboral.

Emprender este tipo de turismo permite la restauración y rehabilitación de casonas antiguas, casas señoriales, así como casas viejas convirtiéndolas en alojamientos rurales. Además de esto, el turismo rural es clave para evitar la despoblación de núcleos rurales ya que promueve y dinamiza los municipios en los que se desarrolla.

Tanto la inversión realizada con objeto de rehabilitación y equipamiento para habilitar casas rurales como la mejora y ampliación son objeto de subvención en la comunidad, de esta forma se fomenta el emprendimiento de esta oferta de turismo generando los beneficios anteriormente comentados.

La oferta de este tipo de alojamiento turístico se ha incrementado en La Rioja. En el año 2015, contaba con 131 casas rurales, un 45,5 % más que hace diez años.

Gráfico 4: Variación de las Casas Rurales en La Rioja. Años (2006-2015)



Fuente: Consejería de Turismo. Elaboración Propia

1.1.3 RESTAURANTES Y AGENCIAS DE VIAJE

El número de **agencias de viaje** ha ido disminuyendo en el periodo de años 2006-2015. Tal y como muestran los datos ofrecidos por la consejería de turismo de la comunidad autónoma de La Rioja, las agencias de viaje han sufrido una caída en el número de establecimientos. En el año 2015, la comunidad contaba con 88 agencias, un 10,22% menos que hace diez años. El motivo que explicaría esta disminución, es a parte de la crisis económica que lleva a los consumidores a gastar menos y a cambiar las tendencias de los viajes, resaltando los planeados con poca antelación, un cambio de hábitos de consumo. Desde el comienzo de la citada crisis, el sector de las agencias de viaje ha aumentado su concentración, así como ha visto sustituida la venta tradicional por la venta online debido a la irrupción de las nuevas tecnologías.

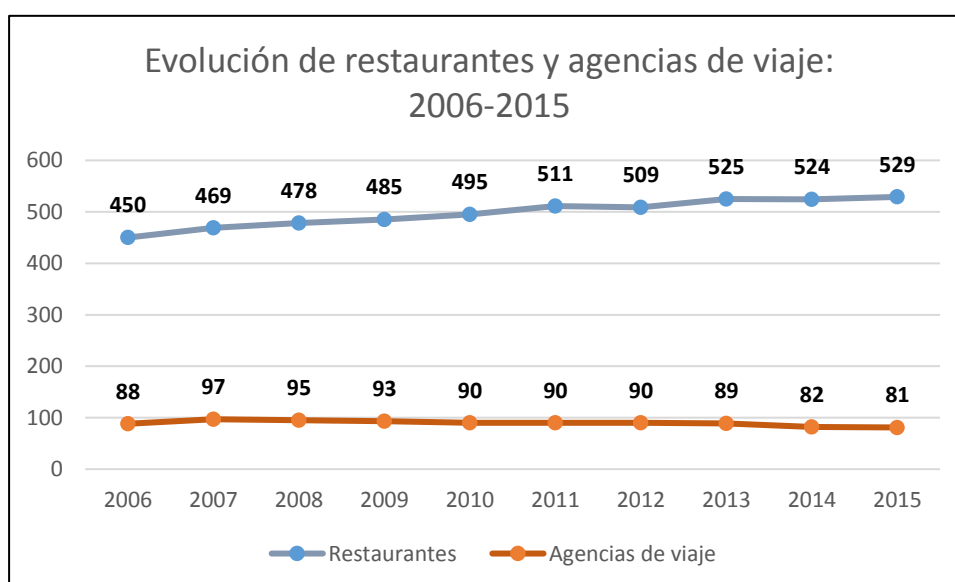
En el caso de los **restaurantes**, en el año 2015, La Rioja contaba con 529 restaurantes un 17,55% más que en el año 2006. Los motivos que explicarían este aumento son que nuestra región pese a su tamaño, posee una gran riqueza agroalimentaria. La Rioja cuenta con 24 distintivos de calidad, clasificados en cinco denominaciones de origen, seis indicaciones geográficas y doce sellos repartidos en hortalizas, frutas, carne, cafés, frutos secos, lácteos, aceites, embutidos, dulces, conservas, licores y vino.

Nuestra comunidad es conocida por su amplia oferta gastronómica que ligada al vino de Rioja es un atrayente de turistas que visitan nuestra región con el objetivo de degustar nuestros platos típicos y nuestras famosas calles de pinchos.

Figura 1: Marcas de calidad en La Rioja



Gráfico 5: Evolución de Restaurantes y Agencias de Viaje. Años 2006-2015



Fuente: Consejería de Turismo. Elaboración Propia.

1.1.4 TURISMO ACTIVO

El turismo activo consiste en la realización de actividades en contacto directo con la naturaleza de forma diferente, dinámica y divertida. Actualmente, es la rama dentro del turismo que más oportunidades genera.

Las actividades que engloba son montañismo, escalada, ciclismo, kayak, descenso de ríos, buceo, paracaidismo, senderismo, actividades de espeleología y paintball entre otras.

Figura 2: Actividades de Turismo Activo: Ruta en Bicicleta, esquí y descenso en kayak.



Este tipo de turismo está actualmente muy demandado en nuestra comunidad. Actualmente, La Rioja cuenta con 32 empresas relacionadas con el desarrollo de las actividades citadas anteriormente, en el año 2006 solo existían 9 empresas.

Este incremento, se debe a que la comunidad pese a estar limitada en espacio es un lugar ideal para el turismo activo de aventura y deportivo.

La diversidad de paisajes, hacen posible el desarrollo de diferentes actividades. Para el desarrollo de deportes acuáticos, La Rioja, cuenta con 7 ríos y el Club Náutico El Rasillo, en los que se pueden realizar actividades de pesca, así como descensos en kayak. Los amantes de la nieve podrán disfrutar de ella en la estación de esquí de Valdezcaray, así como realizar rutas en raquetas en los diferentes montes y barrancos de la zona.

Si por el contrario buscan actividades de senderismo, la región, cuenta con cinco espacios naturales protegidos y numerosas rutas verdes que pueden ser recorridas caminando, a caballo o en bicicleta.

Los circuitos multiaventura en los que poner a prueba la habilidad, los campos de golf entre viñedos y la experiencia de ver La Rioja a bordo de un globo son otras de las experiencias que se pueden realizar englobadas dentro del turismo activo.

El turismo activo además está muy relacionado con los alojamientos rurales, dado que tanto el alojamiento rural como la realización de estas actividades precisan de un entorno natural. Es por ello que en ocasiones son las propias casas rurales las que ofrecen este tipo de actividades.

1.2 LA DEMANDA TURISTICA

La organización mundial del turismo (OMT), define la demanda turística como “el conjunto de turistas que, de forma individual o colectiva, están motivados por una serie de productos o servicios turísticos con el objetivo de cubrir sus necesidades”.

Para poder analizar la evolución de la demanda en La Rioja, debemos estudiarla desde dos perspectivas, la primera los viajeros, los cuales la consejería de turismo define como *“Toda persona que realiza una o más pernoctaciones seguidas en el mismo alojamiento”*

y la segunda las pernoctaciones que las define como *“cada noche que el viajero se aloja en un establecimiento”*.

Son múltiples los factores que influyen en la demanda turística, cabe destacar dos elementos clave a la hora de establecer un destino, el precio y la calidad.

Otros factores que influyen en la demanda son el nivel de renta, la seguridad del lugar de destino y el tipo de cambio entre otras.

1.2.1 LA DEMANDA HOTELERA

La demanda hotelera en La Rioja, engloba la demanda de hoteles, hostales y pensiones.

Analizando la variación del número de viajeros en el periodo de años comprendido entre el año 2006 y 2015, podemos destacar que la demanda de viajeros nacionales se ha mantenido prácticamente constante, con decrecimientos y crecimientos que no han sido significativos.

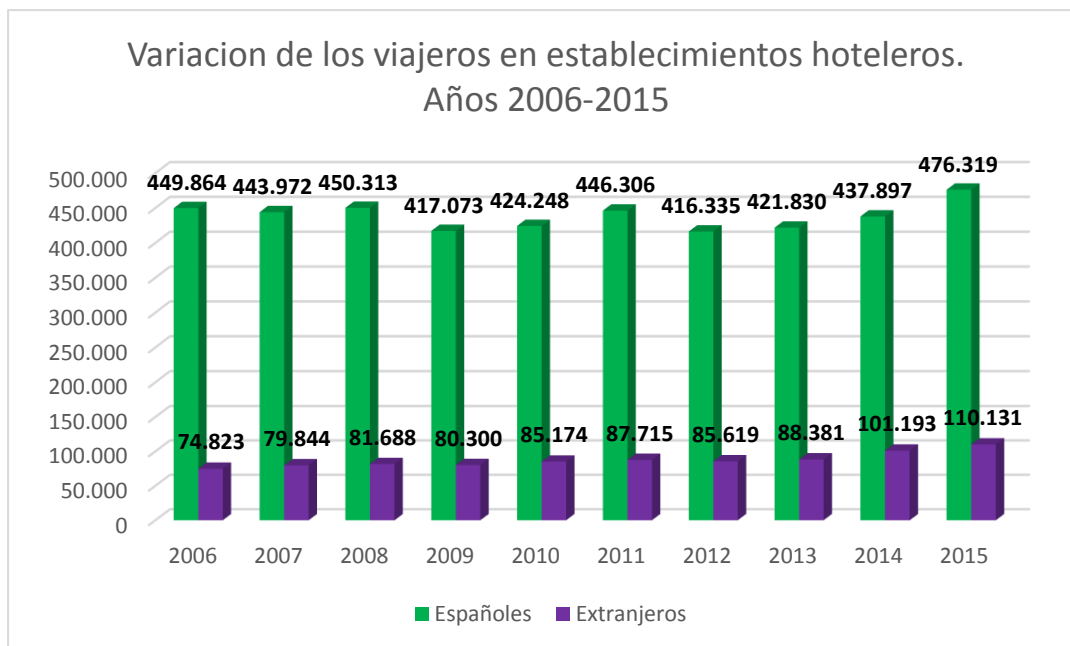
El último año de análisis La Rioja contaba con un 11,8% más de viajeros que en el inicio.

En cuanto a los viajeros extranjeros, estos han seguido una línea de crecimiento caracterizada por un aumento constante en el número de viajeros salvo dos decrecimientos en los años 2009 y 2011.

Respecto al año 2006, los viajeros extranjeros aumentaron un 47,18%.

Como conclusión, cabe destacar que, aunque los viajeros extranjeros han ido aumentando a lo largo de todo el análisis y pese a que los viajeros nacionales también han aumentado, son estos los que lo han hecho de manera más significativa.

Gráfico 6: Distribución de los viajeros en establecimientos hoteleros. Años 2006-2015



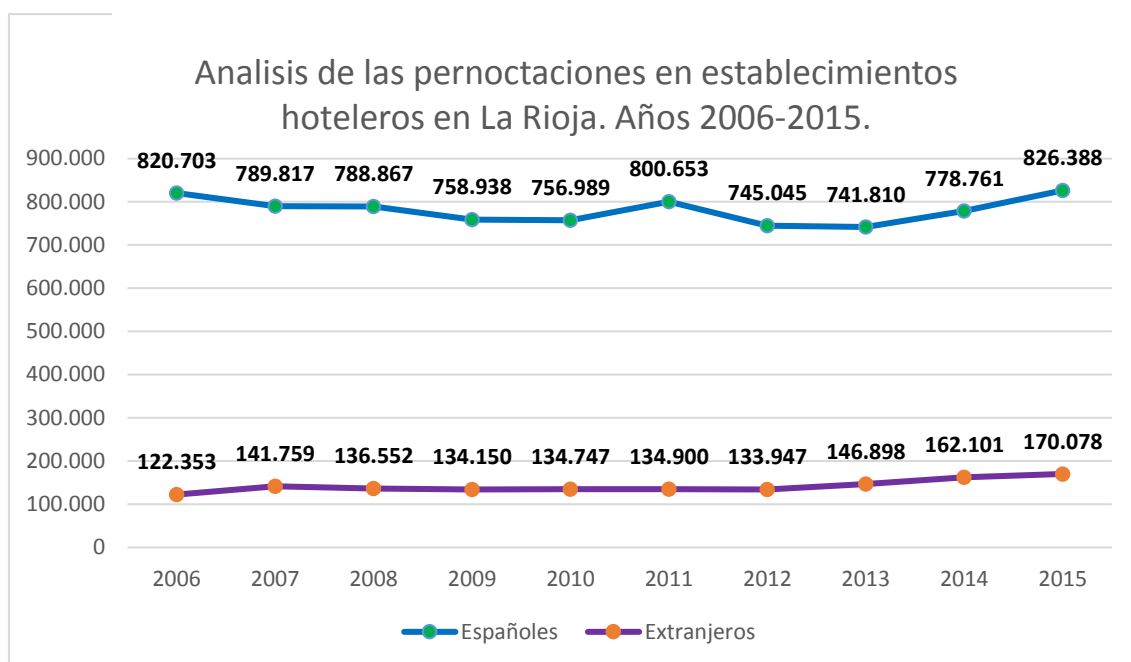
Fuente: Consejería de Turismo. Elaboración Propia.

Una vez analizada la variación de viajeros, pasamos a analizar la referida a las pernoctaciones.

La procedente de viajeros nacionales han sufrido altibajos a lo largo de los años y destacan por llevar una línea continuada de decrecimientos, interrumpida en el año 2011, año de fuerte crecimiento, que continuo después la tendencia anterior. Pese a ello el año 2015 concluyo con casi 20.000 pernoctaciones más que en el año 2006.

En el caso contrario se sitúan las procedentes de viajeros extranjeros, que han seguido una línea continuada de crecimiento que concluyo con un 39% más de pernoctaciones al final el análisis con respecto al inicio.

Gráfico 7: Análisis de las pernoctaciones en establecimientos hoteleros en La Rioja. Años 2006-2015.



Fuente: Consejería de Turismo. Elaboración Propia.

1.2.2 LA DEMANDA EXTRAHOTELERA

A la hora de analizar la oferta, nos referimos con extrahotelera al conjunto de establecimientos tales como campings, alberges y casas rurales entre otros.

A continuación, vamos a realizar un análisis de dichos establecimientos, estudiando tanto los viajeros como las pernoctaciones.

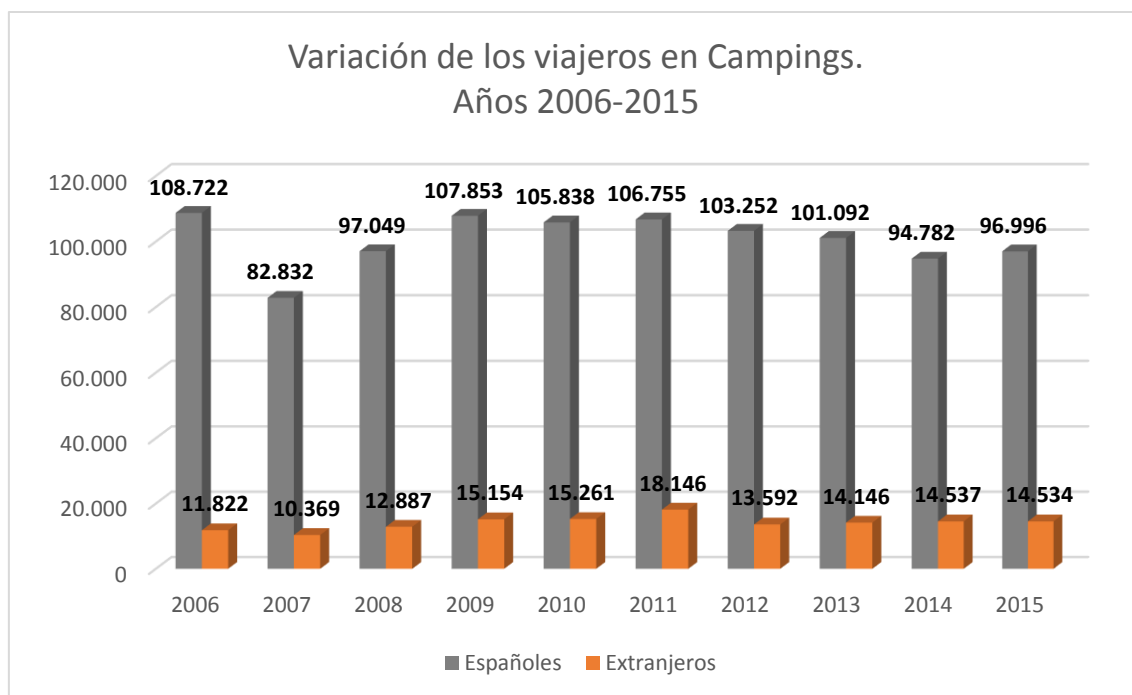
El primer tipo de establecimiento a analizar son los campings, los cuales son denominados por la consejería de turismo como acampamientos turísticos.

A la hora de analizar la demanda de **campings**, podemos apreciar como en los últimos años la demanda de este tipo de turismo procedente de turistas nacionales se ha reducido considerablemente en nuestra región.

El año 2015 terminaba con una reducción en el número de viajeros que demandan este tipo de alojamientos, respecto a 2006, una tendencia que se iniciaba en el año 2009 y que siguió una línea continuada de decrecimiento hasta el final del análisis.

En cuanto a la demanda extranjera, el número de viajeros extranjeros ha seguido una línea de incremento, destacando el año 2011 como el año en el que más viajeros extranjeros decidieron alojarse en campings riojanos.

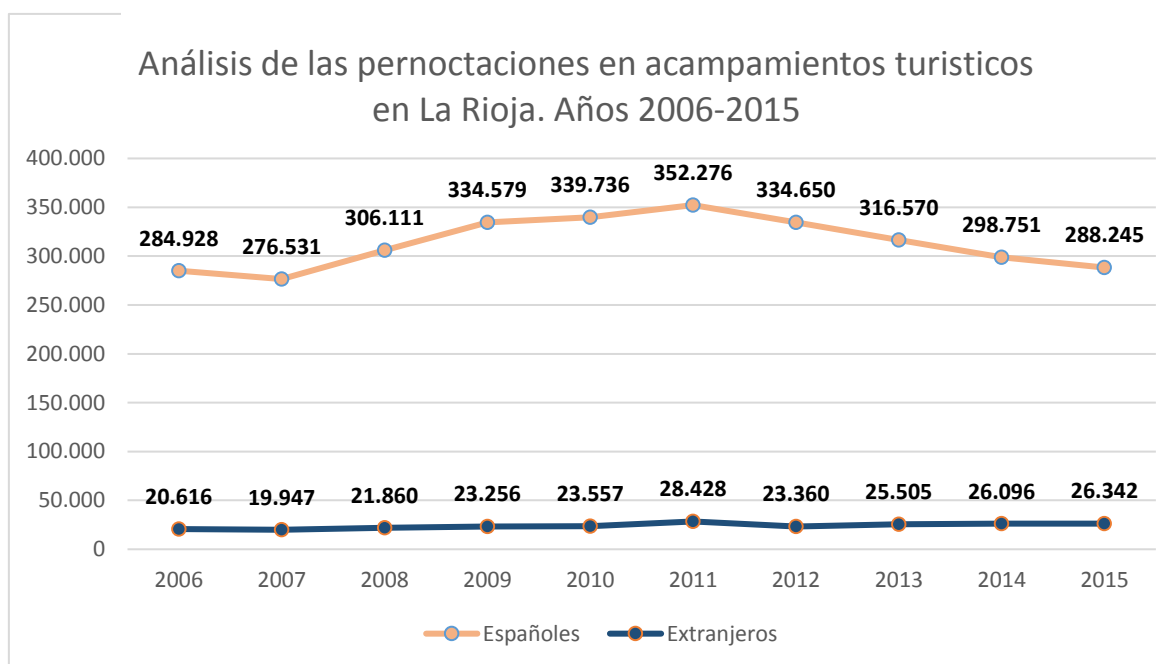
Gráfico 8: Análisis de la variación de viajeros en acampamentos turísticos en La Rioja. Años 2006-2015.



Fuente: Consejería de Turismo. Elaboración Propia.

Las pernoctaciones en acampamentos turísticos han sido muy variables. Durante los primeros años de análisis la tendencia era el crecimiento de las pernoctaciones, hasta el año 2011, punto de inflexión en el que los decrecimientos marcan la tendencia. Pese a ello el último año acaba con 3.317 pernoctaciones más, que representan un 1,16% respecto al año 2006.

Gráfico 9: Análisis de las pernoctaciones en acampamientos turísticos en La Rioja. Años 2006-2015.



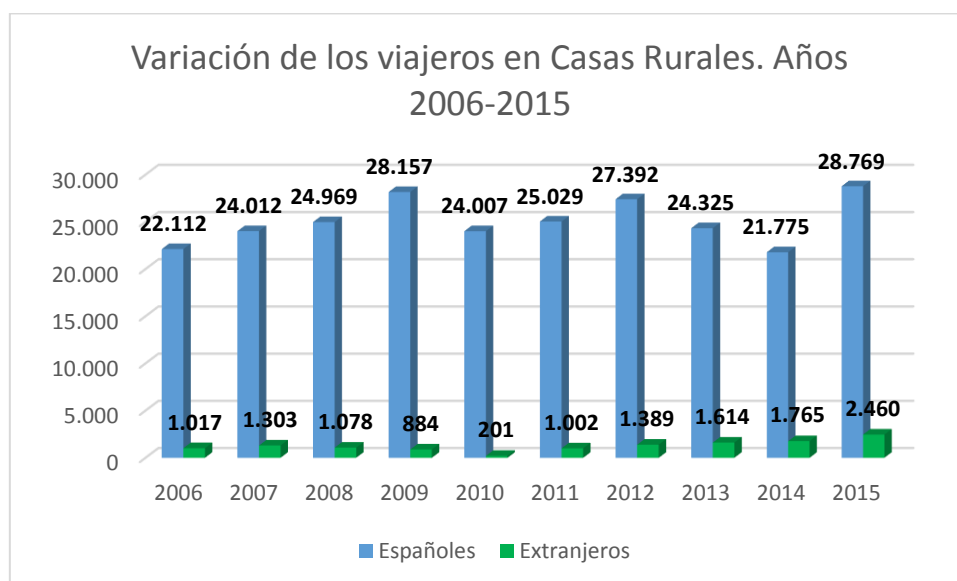
Fuente: Consejería de Turismo. Elaboración Propia.

Continuando con el análisis de la demanda extrahotelera, el número de viajeros que se alojaron en **Casas Rurales** han experimentado líneas de crecimiento y decrecimiento a lo largo de los años de análisis.

Entre los viajeros españoles que se alojaron en casas rurales, se apreció un crecimiento continuado en el periodo comprendido entre 2006 y 2009. Es entre el año 2010 y 2015 cuando se producen tanto crecimientos como decrecimientos que concluyen con un máximo de viajeros en 2015, con 28.769 viajeros, un 30,10% superior al inicio del análisis.

Los viajeros procedentes del extranjero que demandaban alojamiento en casas rurales en La Rioja, se encontraban en decrecimiento entre los años 2006 y 2010, fue este año un punto de inflexión en el que empezó un crecimiento continuado que concluye con 2.460 viajeros en el último año de análisis, más del doble que en el año 2006.

Gráfico 10: Análisis de la variación de viajeros en alojamientos rurales en La Rioja. Años 2006-2015



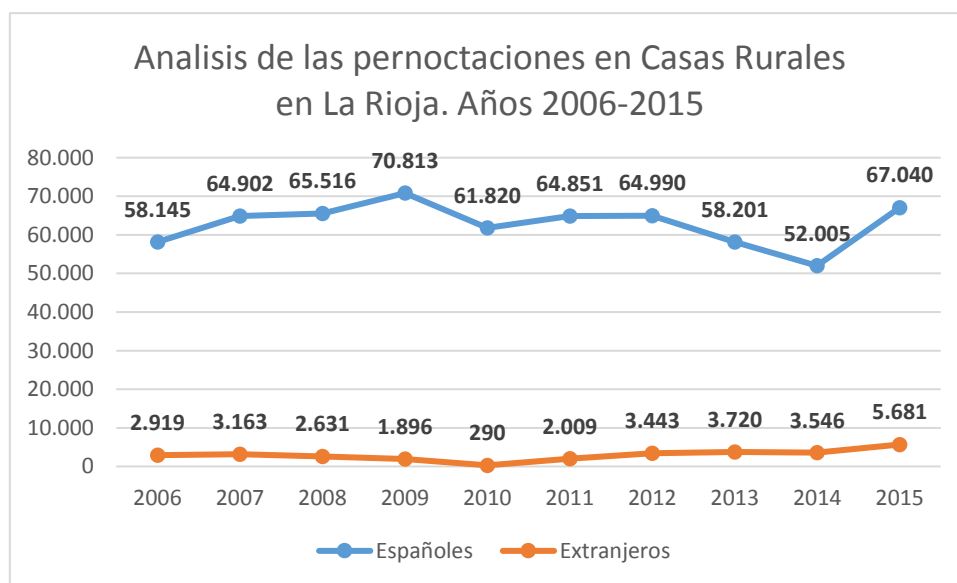
Fuente: Consejería de Turismo. Elaboración Propia.

En cuanto a las pernoctaciones, las procedentes de turistas españoles fueron variables. Tal y como se puede observar en el gráfico, los cuatros primeros años se denota un crecimiento continuado, que se frena en el año 2010, con una caída drástica de las pernoctaciones.

Durante los últimos cinco años de análisis, se percibe dos años de crecimiento que dan paso a dos años de caída en el número de pernoctaciones y que concluyen con máximo de pernoctaciones nacionales en La Rioja.

Las originadas por turistas extranjeros, han seguido prácticamente una línea continuada de crecimiento, destacando en el año 2010, donde tanto las pernoctaciones como los viajeros extranjeros sufrieron una caída drástica. En el año 2015, las pernoctaciones de extranjeros se situaban en 5.681.

Gráfico 11: Análisis de las pernoctaciones en alojamientos rurales en La Rioja. Años 2006-2015



Fuente: Consejería de Turismo. Elaboración Propia.

2. ANÁLISIS DEL ENOTURISMO EN LA RIOJA

El vino es la seña de identidad de nuestra comunidad y su elemento emblemático más importante. El sector vitivinícola es uno de los más relevantes en la región y no solo en lo que a la actividad económica se refiere, el vino es cultura y tanto la historia como las tradiciones regionales giran alrededor de este producto.

La historia vinícola en La Rioja se remonta a la época de los romanos, ellos fueron los primeros en cultivar este producto en la zona y fue debido a que la calidad de la tierra de nuestra región, así como las condiciones climatológicas favorecían el cultivo de este producto. Continúa en la edad media en la que existía un nexo de unión entre este tipo de cultivo y los monasterios, entre los que destaca el monasterio de Yuso y Suso, en San Millán de la Cogolla. Durante este periodo de tiempo se mejoraron tanto la elaboración como las técnicas utilizadas.

En los siglos XVI, XVII Y XVIII, La Rioja se situó como el principal punto de producción de vino, aumentando la producción y comenzando a exportar a países europeos. Dado el aumento de la importancia de la producción se inició una regulación que establecía una serie de parámetros para su elaboración.

La actualidad en la que se sitúa la elaboración, comercialización y exportación del vino de Rioja parte de la segunda mitad del siglo XIX, en la que el vino adquiere un incremento de su calidad gracias a la implantación de los sistemas de elaboración francés. A partir de este momento se empiezan a construir las primeras bodegas y se extienden las tierras dedicadas al cultivo de vino.

Después de superar la filoxera, una plaga que arrasó todos los viñedos riojanos, en 1926 se creó el consejo regulador, un ente público que vela por los intereses del sector vitivinícola y se encarga de la promoción del vino de Rioja por todo el mundo.

Los vinos cultivados en La Rioja cuentan con la denominación de origen Rioja, la denominación de origen más antigua de España concedida en 1991. Su origen está marcado por la inquietud de los viticultores por proteger la producción y alejar a posibles falsificadores.

Esta denominación se caracteriza porque delimita la zona de producción, permite solo el cultivo de determinadas variedades de uva y establece un cupo máximo, así como un reglamento para su elaboración.

En lo referente a la economía, el sector vinícola ha sido de gran importancia en nuestra comunidad durante toda la historia, es por ello que se ha ido adaptando a los cambios producidos en cada periodo, innovando e implantando nuevas técnicas para situarse a la cabeza del resto de comunidades productoras.

Dada la posición de liderazgo en el mercado, el vino además de generar beneficios en el sector agrario también es utilizado como recurso turístico. Una nueva forma de turismo que se caracteriza por las experiencias y el aprendizaje.

2.1 ¿QUE ES EL ENOTURISMO?

El enoturismo también es conocido como turismo enológico o turismo del vino, y es aquel relacionado con el sector vitivinícola.

Para establecer una definición más concreta, la Asociación Española de Enoturismo lo define como:

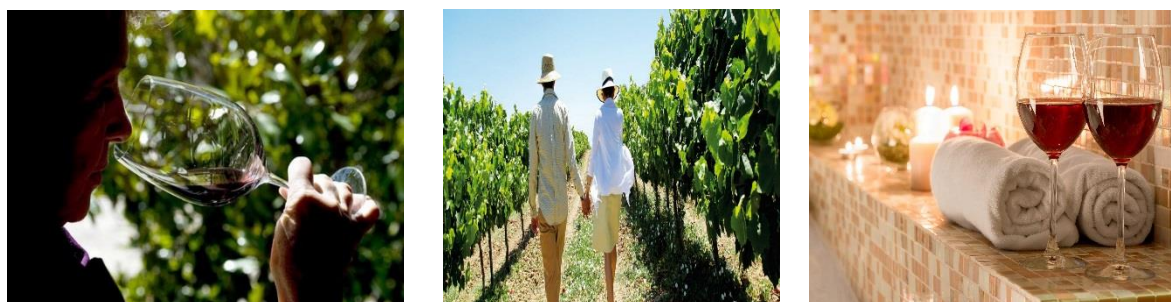
“Modalidad de turismo basada en desplazamientos a entornos vinícolas, con el propósito de conocer, disfrutar y compartir experiencias en torno a la Cultura del Vino”.

Los turistas que realizan estos desplazamientos a entornos vinícolas, buscan además otros tres elementos claves que complementan al anterior, la gastronomía, la cultura y el turismo rural.

El enoturismo se puede realizar en cualquier época del año, cada estación tiene sus peculiaridades y sus oportunidades que son aprovechadas por las bodegas para brindar lo mejor de cada una.

Pese a ello si cabe destacar una es el otoño, el periodo entre agosto y septiembre, durante el cual se lleva a cabo la vendimia.

Figura 3: Actividades enoturísticas en La Rioja



El enoturismo en La Rioja surge en un periodo de crisis en el que las bodegas necesitaban innovar y diversificarse para lograr beneficios, notoriedad y fidelización más allá de venta de vino. Es por ello que la actividad vitivinícola fue unida al turismo.

En esta unión se vio una fuente de oportunidades y desarrollo tanto para los empresarios del sector vitivinícola como para los dedicados al turismo.

Como hemos visto en el apartado anterior, en la actualidad los viajeros que deciden visitar La Rioja se incrementan anualmente.

Con la práctica del enoturismo, se busca que a los turistas tradicionales que eligen como destino La Rioja, se sume una demanda adicional de aquel público que sienta expectación por todo lo que genera el apasionante mundo del vino.

En la actualidad este tipo de turismo da lugar a una infinidad de actividades. La Rioja cuenta con 80 bodegas que ofrecen visitas turísticas. Las actividades que desarrollan son desde la visita de sus viñedos, un recorrido por la bodega, un curso de cata que puede ir

acompañado de una experiencia gastronómica riojana hasta un tratamiento corporal de vinoterapia, un método que aprovecha los beneficios de los polifenoles de la uva como fuente de relajación, salud y belleza.

2.2 PERFIL DEL ENOTURISTA

Una vez definido el enoturismo, vamos a continuar analizando como es el perfil del enoturista que se desplaza a entornos vinícolas para la realización de actividades englobadas en la temática del vino.

A través de un informe realizado por ACEVIN, la asociación española de ciudades del vino, podemos acercarnos a este perfil.

Los puntos a analizar son entre otros el sexo, edad, lugar de procedencia y nivel socioeconómico, el nivel de gasto durante su estancia, la motivación que les ha llevado a realizar el viaje y su satisfacción. Los encuestados fueron los turistas que habían realizado actividades enoturísticas durante el periodo de análisis.

En lo referente al sexo, no existen diferencias significativas, ya que los porcentajes de resultado son muy similares, pese a ello las mujeres (53,6%) demandaban más el enoturismo que los hombres (47,6%).

Los enoturistas tienen edades comprendidas entre los 36 y 45 años, destacan por encontrarse en una situación activa de empleo y en una situación económica medio-alta. En lo relativo a los conocimientos vinícolas de los encuestados, más de la mitad un 52,1% se declaró aficionado, un 23,4% se consideraba principiante, mientras que un 17,5% eran entusiasmados del vino.

Los viajes los realizaban principalmente en pareja (43%), aunque también había aquellos que para llevar a cabo el enoturismo elegía a amigos (31,4%) mientras que el resto se decantaba por un viaje en familia.

Dos eran las principales motivaciones a la hora de realizar viajes enoturistas, la primera adquirir cultura y conocimientos del vino, y la segunda estaba relacionada directamente con la gastronomía.

El gasto diario medio por persona durante el año 2015 fue 133,98 euros, y un periodo de estancia medio de 2,07 días. Este resultado revela que el enoturismo es elegido para realizarse durante los fines de semana y periodos de puente.

Como conclusión los enoturistas que realizaron la encuesta establecían en global un alto nivel de satisfacción, y valoraban la experiencia de forma muy positiva otorgando 8,22 puntos de media a su experiencia en un rango de diez puntos.

2.3 LAS RUTAS DEL VINO DE RIOJA

La oferta de enoturismo en La Rioja se divide en dos rutas diferenciadas, la ruta del vino de Rioja Alavesa y la ruta del vino de Rioja Alta.

A través del siguiente mapa, podemos observar de forma más clara y diferenciada las zonas en las que se desarrollan las rutas del vino de Rioja.

Figura 4: Mapa Rutas del vino de Rioja



2.3.1 LA RUTA DEL VINO DE LA RIOJA ALTA

La ruta del vino de la Rioja Alta, está dentro de las “rutas del vino de España”, está situada al noreste de la comunidad y la zona es considerada una de las más descartadas para la realización de enoturismo, dada la gran variedad de oferta que ofrece.

Está compuesta por 38 bodegas donde realizar desde catas de vino, vinotecas, deportes entre viñedos y restaurantes donde disfrutar de la gastronomía local.

En esta zona destaca la presencia del museo del vino, localizado en Briones, y considerado uno de los más importantes del mundo ya que posee una amplia colección relacionada con la viticultura desde los inicios de la historia de este fruto hasta la actualidad, en donde ha pasado de ser simplemente una bebida a convertirse en cultura.

Además del museo, enmarcada dentro de la Rioja Alta encontramos otro evento atrayente de miles de visitantes, ya que es una fiesta considerada de interés turístico nacional, La batalla del vino de Haro, una de las fiestas enoturísticas más destacadas de España que se celebra el día 29 de junio.

Todas las localidades que componen esta ruta tienen ofertas enoturísticas, desde los pequeños pueblos hasta la capital de La Rioja Alta, Haro. Entorno a su barrio de la Estación, están bodegas con gran renombre, referente para los amantes del vino y que fueron fundadas a finales del siglo XIX. En ellas se puede apreciar la evolución arquitectónica, conservando sus antiguos edificios centenarios e integrando edificios con arquitectura modernista, muy común en las bodegas de nueva creación. Algunas de las bodegas más prestigiosas de la Rioja Alta son Bodegas Muga y Ramón Bilbao entre otras.

Figura 5: Bodegas Muga y Ramón Bilbao en La Rioja Alta



2.3.2 LA RUTA DEL VINO DE RIOJA ALAVESA

La Ruta del Vino de La Rioja Alavesa se desarrolla en una comarca de poco más de 300 km², localizada al sur de la provincia de Álava y delimitada por el norte por la sierra de Cantabria y al sur por el río Ebro. Es desde 2006, una de las rutas del vino de España.

La Rioja Alavesa cuenta con 13.500 hectáreas de viñedo, su cosecha anual se sitúa en unos 40 millones de litros de vino, calificados con la denominación de origen Rioja.

El municipio de Laguardia es la capital de la zona, una villa de 1500 habitantes que destaca por su pasado medieval reflejado en las murallas que rodean el pequeño pueblo de calles empedradas. Está a tan solo 18 kilómetros de Logroño y a 45 kilómetros de Vitoria.

Los otros municipios de la Ruta son: Baños de Ebro, Kipran, Elciego, Elvillar, Labastida, Lanciego, Lapuebla de Labarca, Leza, Moreda de Álava, Navaridas, Oyón, Samaniego, Villabuena de Álava y Yécora.

Todos los municipios de esta zona destacan por sus actividades enoturísticas y gastronómicas enmarcados en paisajes de viñedos excepcionales y únicos.

Esta ruta cuenta con 140 establecimientos adscritos, desde bodegas, museos, empresas de actividades enoturistas y restaurantes, dado que la gastronomía es uno de los pilares que completa esta ruta enoturística que hace que los turistas vivan una experiencia completa durante su visita.

Las fiestas anuales más destacadas son el festival de música, música entre viñedos, y la fiesta de la vendimia que tiene lugar al acabar el verano y que se celebra cada año de manera alterna en uno de los municipios de la zona. Esta ruta también cuenta con

numerosos concursos de pinchos, jornadas gastronómicas, mercados artesanos y eventos culturales, una fuerte oferta enoturística desarrollada durante todos los meses del año.

El principal atrayente de esta ruta es la arquitectura vanguardista de las bodegas de la zona, auténticas joyas de la arquitectura diseñadas por prestigiosos arquitectos, como es el caso de la bodega Marqués de Riscal, diseñada por el arquitecto Frank Gehry, Ysios obra del arquitecto Santiago Calatrava o Bodegas Baigorri, diseñada por Iñaki Aspiazu.

Figura 6: Bodegas Marqués de Riscal, Ysios y Baigorri situadas en La Rioja Alavesa



La ruta de La Rioja Alavesa destaca también por la infinidad de alojamientos que ofrece para los visitantes, otro de los atractivos turísticos de la zona. Estos alojamientos van desde hoteles de lujo, con un diseño vanguardista hasta casas rurales.

Estos establecimientos además ofrecen a sus clientes una gran variedad de actividades enoturísticas durante su estancia, cabe destacar que en algunos de los hoteles de la zona se pueden realizar tratamientos de vinoterapia, que como comentamos anteriormente se utiliza la uva y sus derivados como fuente de beneficios terapéuticos y cosméticos.

La última novedad para fomentar el enoturismo de esa zona y dar a conocer La Rioja Alavesa ha sido poner en funcionamiento un autobús que recorre los pueblos de la comarca y que a través de audio guías disponible en cuatro idiomas hace un recorrido por los principales puntos de interés de esta ruta. Este autobús recibe el nombre de “Enobus”.

Al autobús turístico, hay que añadirle otro medio de transporte turístico, en este caso un tren denominado “racimotren” que facilita la movilidad por el entorno y es un medio para conocer viñedos y bodegas.

Figura 7: Transportes turísticos en La Rioja Alavesa; En obús y Racimotren



3. CONCLUSIONES

Tras la realización del Trabajo de Fin de Grado y llevando a cabo un exhaustivo análisis del turismo en La Rioja, podemos concluir que este ha sufrido importantes cambios en la última década.

La oferta hotelera en La Rioja ha seguido una línea continua de crecimiento, principalmente como consecuencia del aumento de la demanda de turistas nacionales y especialmente de turistas extranjeros, esta de manera muy significativa.

Por otro lado, las otras dos principales modalidades de oferta para pernoctaciones nocturnas en la comunidad, los hostales y pensiones, se han mantenido sin grandes variaciones durante el transcurso de los años objeto de análisis en este trabajo.

En los establecimientos englobados dentro de los alojamientos extrahoteleros, son las casas rurales y los albergues los que más han aumentado su oferta, el principal motivo para los primeros es que cada vez son más los turistas que demandan este tipo de alojamientos como una forma de escape de las aglomeraciones en las grandes ciudades, en busca de la paz y tranquilidad que ofrecen las pequeñas poblaciones de La Rioja.

En cuanto a los albergues el aumento de la oferta ha sido directamente proporcional al aumento del número de personas que realiza el camino de Santiago, beneficiándose así La Rioja como comunidad de paso del mismo.

Por su parte los campings, se han mantenido sin variaciones destacables a lo largo de estos años, conservando la prácticamente la misma oferta durante toda la década. Cabe destacar que sí que han sufrido un decrecimiento en la demanda de turismo nacional e incrementos en la demanda de turismo extranjero.

En el presente trabajo también se puede observar un análisis detallado de la variación de la oferta de restaurantes, agencias de viaje y empresas de turismo activo.

Los restaurantes han incrementado su oferta en La Rioja, en especial gracias a la gran cantidad de turistas que visitan nuestra comunidad atraídos por su extensa oferta gastronómica.

De igual manera ha ocurrido con las empresas englobadas en el marco del turismo activo. El paso de los años ha dado lugar a un incremento de turistas que buscan realizar actividades deportivas y de aventura, y la región es un lugar idóneo para ello. Como consecuencia de dicho aumento de la demanda, las empresas de turismo activo han aumentado en número y de igual forma han visto aumentados sus ingresos. Se ha creado así, una oferta muy diversa para los muchos turistas que buscan la aventura de nuestra comunidad.

Por el contrario, las agencias de viajes han notado una caída en número de establecimientos en los últimos diez años. El motivo es que la crisis económica sufrida en años pasados y que todavía está afectando a nuestro país, ha cambiado la forma de organizar viajes por parte de los usuarios. En la actualidad, predominan las escapadas planeadas con poca antelación, y han perdido fuerza los viajes reservados a varios meses vista, que ha sido el método más utilizado por los usuarios tradicionalmente. Esto ha llevado también a que los consumidores hayan cambiado sus hábitos de consumo, y la venta tradicional ha sido sustituida en una gran medida por la venta online, que refleja en gran medida el dinamismo en la planificación de los viajes que comentamos.

La otra línea de análisis del trabajo ha sido analizar la unión del sector vitivinícola y el turismo, en un nuevo recurso turístico en la comunidad denominado enoturismo. Este surge de una necesidad de innovación y diversificación por parte de las bodegas. Para conocer cuál era el perfil de los turistas que realizaban las actividades englobadas en las dos rutas del vino, La Rioja Alta y La Rioja Alavesa, utilizamos un informe de la asociación española de ciudades del vino cuyos resultados manifestaban que los visitantes eran tanto mujeres como hombres de entre 36 y 45 años con conocimientos vinícolas y que visita La Rioja en pareja.

Como conclusión final, podemos decir que la oferta y la demanda turística en La Rioja se han ido incrementando en la última década. El motivo principal es un aumento continuado de turistas nacionales y en mayor medida de turistas extranjeros, gracias entre otros a que la comunidad ha sabido aprovechar su producto y seña de identidad (el vino de Rioja), y unirlo al turismo generando una fuente de oportunidades y desarrollo para ambos sectores.

BIBLIOGRAFÍA

GOBIERNO DE LA RIOJA, “La Rioja en cifras: Anuario Estadístico de la Comunidad Autónoma de La Rioja” (Anuarios 2005-2016).

<http://www.larioja.org/estadistica/es/publicaciones-informes/catalogo-publicaciones/rioja-cifras-anuario-estadistico-comunidad-autonoma-rioja>
[Consulta: 1 de mayo 2017]

SÁNCHEZ-SILVA, Carmen. *Las agencias de viajes se desinflan*. El país. 9 de septiembre de 2012.

http://economia.elpais.com/economia/2012/09/07/actualidad/1347031124_225006.html [Consulta: 4 de mayo 2017]

GOBIERNO DE LA RIOJA, “Alimentos de La Rioja” (Denominaciones de Origen Protegidas).

<http://www.larioja.org/larioja-client/cm/agricultura/images?idMmedia=703185>.
[Consulta: 15 de mayo 2017]

LA RIOJA TURISMO, “Deportes y Aventura: Empresas de turismo activo”

<https://lariojaturismo.com/comunidad/larioja/deportes-y-aventura>. [Consulta: 22 de mayo 2017]

INSTITUTO DE DESARROLLO COMUNITARIO, “Impulso y sostenimiento del desarrollo local en España (Tendencias del turismo rural en España)”

http://www.idcnacional.org/?option=com_content&id=162:tendencias-turismo-rural-espana&Itemid=122. [Consulta: 22 de mayo 2017]

RIOJA WINE, “Conoce el Rioja, (Rioja, el prestigio de un nombre con historia milenaria)”.

<http://es.riojawine.com/es/5-conoce-el-rioja.html>. [Consulta: 23 de mayo 2017]

RUTAS DEL VINO DE RIOJA, “Historia del vino de Rioja”

<http://www.rutasdelvinorioja.com/nuestro-vino/historia-del-vino-de-rioja/>.
[Consulta: 25 de mayo 2017]

LA RIOJA TURISMO, “Enoturismo en La Rioja”

<https://lariojaturismo.com/comunidad/larioja/enoturismo>. [Consulta: 28 de mayo 2017]

BLOG VIVANCO CULTURA DE VINO, *¿Sabes qué es el enoturismo?* Vivanco, 28 de septiembre de 2015.

<https://vivancoculturadevino.es/blog/2015/09/28/que-es-enoturismo/>. [Consulta: 31 de mayo 2017]

ACEVIN, “Datos del nuevo Informe sobre la Demanda Turística en las Rutas del Vino (En busca del perfil del enoturista) 23 de febrero de 2016

<http://www.acevin.es/index.asp?iden=2&id=129>. [Consulta: 2 de junio 2017]

LA RIOJA TURISMO, “Ruta del vino de La Rioja Alta”

<https://lariojaturismo.com/comunidad/larioja/recurso/ruta-del-vino-de-rioja-alta/795765a5-1eef-4859-979d-227a063dee68> . [Consulta: 6 de junio 2017]

RUTA DEL VINO DE LA RIOJA- ALAVESA, “Ruta del vino de La Rioja-Alavesa”

<http://www.rutadelvinoderiojaalavesa.com/es/>. [Consulta: 7 de junio 2017]

IMPORTANCIA, UNA GUIA DE AYUDA, “*Importancia del turismo*”

<https://www.importancia.org/turismo.php>. [Consulta: 7 de junio 2017]